

最新五金阀门物资采购合同 五金商店阀门采购合同共(优质5篇)

劳动合同是劳动者与用人单位之间约定劳动关系的书面协议，是保障劳动者权益、维护用人单位合法权益的重要法律文件。拟定合同的注意事项有许多，你确定会写吗？下面是小编带来的优秀合同模板，希望大家能够喜欢！

五金阀门物资采购合同篇一

工作内容

地质灾害治理工程

工作时间

开始时间：交地日后 45 天

结束时间：交地日后 70 天周 期：25 天

责任部门

项目公司成本部

配合部门

设计部、工程部。

对接部门

成本控制部项目组

工作要点

前置条件：

地质勘察报告完成；

拟入围单位资格预审及现场考察完成。

制度流程：

审批流程：见附件《招标\直委审批流程》

操作要点：

1) 标前会

详见附件《标前会、详评会及定标会》

2) 招标计划：

重点四个时间点：发标时间、答疑时间、开标时间、定标时间正常情况下，发标至回标至少应保证15天。

3) 成立招标小组（7 人或 9 人、单数）（举例）：

工作单位

建议人员

小组内职务

项目公司

总经理

招标项目总体把控

项目公司

成本副总

商务组成员

负责商务标函分析、判断

报价是否合理

项目公司

工程副总

技术组成员

技术标评审

项目公司

设计副总

技术组成员

技术标评审

项目公司

工程部

土建工程师

技术组成员

技术标评审

项目公司

成本部

土建造价工程师

商务组成员

负责商务标函分析、判断

报价是否合理

项目公司

设计部

土建设计师

技术组成员

技术标评审

4) 入围单位选择

a. 本项目为地方类标，使用项目公司供方名录中的单位；

b. 地质灾害治理甲级资质；

c. 近三年有类似业绩；

5) 招标文件编制

a. 参照使用集团分包工程招标范本；

b. 工期、工程范围、施工界面及技术要求

由工程部和设计部根据项目实际情况提出，招标小组审核；

c. 工程量清单

成本部专业工程师依据招标图纸及技术要求编制

6) 投标答疑

见附件《招标答疑工作内容》

7) 开标及项目经理答辩

见附件《开标及项目经理答辩》

8) 评标

见附件《评标工作流程》

9) 详评会、定标会

见附件《标前会、详评会及定标会》

10) 合同

a) 合同审批：原则上应在中标之后1个工作日完成审批。

b) 严禁定标后再次议价。

c) 见附件《合同审核要点》

集团模板：无

完成标准

发出放中标通知书和感谢函；

合同签订。应在中标之后 15 个工作日内完成；

退还投标保证金。

工作成果用途

跟踪：样品及主要施工工艺、图纸和技术交底情况、与二版施工图的图差、签证、变更的办理情况。

跟踪落实要点

实施方案与投标文件是否一致，是否满足当地主管部门的要求，是否满足项目工程施工的需要。

关注重点

国家、地区和行业相关规范；

施工方案是否合理；

单价指标与同类项目是否有可比性。

招标计划关注发标时间、答疑时间、开标时间、定标时间正常情况下，发标至回标至少应保证 7 天。

入围单位选择关注当地相关行业状况，过往业绩。

五金阀门物资采购合同篇二

甲方：_____

法定代表人：_____

代表人：_____

乙方：_____

营业执照注册登记号：_____

地址：_____

法定代表人：_____

职务：_____

身份证号：_____

第一章

第一条

鉴于甲方为扩大^{^v^}_____^{^v^}品牌知名度, 满足消费者对家居生活的需求, 不断拓宽_____木门市场营销渠道, 确保_____木门销售的规范化, 标准化和专业化, 并维护消费者的合法权益. 特推出^{^v^}_____木门特许经营计划^{^v^}.

第二条

鉴于乙方为^{^v^}合法经营者, 并有与甲方共同开发市场的愿望, 故吸收其为_____木门特许经营计划成员.

第三条

甲乙双方本着自愿, 平等, 互利, 诚信的原则, 经充分友好协商, 签定本合同, 并由双方共同恪守.

第二章

合同宗旨

第一条

签定本合同旨在乙方加入甲方推出的^{^v^}_____木门特许经营计划^{^v^}后, 确保乙方应有的权利和义务, 促进并提高品牌经营管理水平.

第二条

签定本合同并不表示乙方可以代表甲方, 或以甲方名义行使权利或承担义务.

第三条

本合同并未授予乙方任何约束甲方或甲方各直属分支机构的权利.

第三章

保证条款

第一条

甲方保证其为依法存在的有权签定本合同的法人组织.

第二条

乙方保证其用于_____特许经营的营业执照在本合同有效期(包括续约有效期)内均有效, 真实且内容符合甲方的要求, 可以从事_____木门系列产品特许经营活动.

第四章

合同有效期, 有效区域及特许经营范围

第一条

本合同自年月日至年月日有效. 合同到期前三十日内, 经双方协商一致, 可重新签订或续签特许经营合同.

第二条

第一条

鉴于甲方对乙方的经营支持, 甲方免收乙方特许经营加盟金和特许经营权使用费.

第二条

乙方需向甲方^v纳特许经营保证金元.

第三条

如乙方在经营过程中违反合同的有关条款或给甲方造成经济损失或名誉损失时, 甲方有权扣罚部分或全部特许经营保证金. 在双方合同终止十二个月后, 且乙方在合同期限内无违约责任, 甲方将向乙方全额退还特许经营保证金.

第四条

甲方授予乙方在其有效经营区域内使用^v_____木
门^v商号. 商号使用要符合当地工商, 税务管理规定, 一切违法, 违规的经营行为, 乙方要承担全部法律责任.

第六章

乙方权利

第一条: _____乙方享有在本合同规定期限及范

围内的_____木门特许经营权.

第二条: _____乙方享有甲方: _____特许经营结算价作为购货基准价, 经营过程中如遇甲方调整产品价格, 甲方以乙方定单签定生效日为准, 根据调价执行日期确认是否执行调整后价格标准.

第三条: _____针对乙方开店所需样品, 甲方按出厂价格7折性收取样品货款. 此部分样品额应限制在500元/营业平米以内(按出厂价格计), 此后乙方购货, 甲方一律按购货基准价收取货款.

第四条: _____乙方享有甲方提供经营指导, 培训及其相关技术支持的权利.

第五条: _____乙方有权对因甲方产品内在质量问题造成的经济损失根据双方约定提出补偿的要求.

第六条: _____乙方享有获得相关销售奖励的权利.

第七章

乙方义务

第一条: _____乙方保证承担^v^_____^v^品牌维护, 推广的义务和责任, 自觉维护甲方及其产品的形象及声誉. 并应做到六个方面的统一, 即: _____统一形象识别; 统一服务规范; 统一宣传口径; 统一价格策略; 统一促销活动; 统一配货渠道.

第二条: _____乙方必须提供足够面积和数量的卖场专用陈列, 销售^v^_____木门^v^产品. 并保证进入甲方指定的建材超市.

第三条：_____乙方卖场环境和商品陈列必须有利于展示品牌形象,乙方必须配备足够的人力资源,按甲方统一的顾客服务标准为顾客提供全面满意服务.

第四条：_____乙方保证定期更换卖场所陈列的样品,使新产品及时上市,达到不断增加商品品种,扩大销售的目的.

第五条

乙方必须做好甲方提供的相关资料的保密工作并协助甲方做好其品牌知识产权的保护工作.

第六条

乙方应按时填报甲方要求的相关业务表单,并及时向甲方反馈,作为甲方市场分析和经营决策的依据.

第七条

乙方保证不以^{^v^}_____^{^v^}品牌名义销售其他厂家产品,不得擅自生产,仿冒甲方产品.

第八条

乙方必须保证执行甲方指定的^{^v^}区域市场统一标价^{^v^}和^{^v^}销售折扣标准^{^v^},并执行甲方统一规划的市场促销活动.

第九条

乙方必须按照甲方制定的商品定单管理办法定货,并按现款现货方式进行结算.

第十条

乙方经营必须符合当地工商法规, 未经授权不得在任何场合以任何方式冒用甲方名义进行经营活动.

第十二条

乙方有义务在合同终止后撤除_____有关标识, 停止与_____有关的经营活
动.

第八章

甲方权利

第一条: _____甲方有权依据本合同对乙方进行考核及业务管理, 对乙方存在的问题, 甲方有权要求其期限整改.

第二条: _____甲方有权要求乙方保证在本合同有效期内销售回款至少在万元以上, 乙方开店三个月后, 每月保底销售回款至少在万元以上. 甲方将定期对乙方经营业绩进行考核, 如乙方连续三个月未能完成保底销售回款指标, 又未能提出甲方认可的理由, 甲方有权取消乙方经营资格.

第三条

甲方有核定商品市场价格的权利.

第四条

甲方有参与商讨和指导乙方制订, 实施营销计划的权利.

第五条

如乙方出现严重经营亏损;或因有重大债务无法正常经营;或

因违法经营被政府部门下令停业整顿;或被吊销营业执照及与经营有关的其他证照;或未达到本合同要求,违反本合同任何一项时,甲方保留及单方面终止本合同的权利.

第六条

甲方有权授权第三方在乙方有效经营区域内,针对第三方首先申请备案的或经评估确认乙方无力经营的集团项目开展经营活动.

第九章

甲方义务

第一条

向乙方出具特许经营授权书,维护乙方经营权益,不在乙方获得经营权的经营区域内另设特许经销商.

第二条

向乙方提供经营所需的资料及必要的产品检测报告.

第三条

向乙方提供包装完整的合格产品,对因有内在质量问题的产品应无偿组织维修,调换,对因乙方责任造成质量问题的产品应进行有偿维修,调换.

第五条: _____ 甲方向乙方提供装修设计方
案,并指导商品陈列,确保有利于展示品牌形象和乙方销售.

第六条: _____ 甲方定期对乙方业务人员进行产
品知识和相关业务知识的培训.

第七条：_____根据特许经营授权不同, 甲方向乙方有偿提供必要的安装服务工具, 导购员和服务技工服装以及部分助销品和一定的广告支持.

第八条：_____甲方定期组织乙方业务人员参加由甲方组织的竞销和促销活动, 对活动中表现突出的乙方业务人员, 甲方有权给予直接的表彰和适当的奖励.

第十章

合同终止

第一条

本合同期限届满, 如双方不再续约, 则本合同自动终止.

第二条

本合同任何一方希望终止本合同, 应提前三十天, 以书面形式通知对方, 无论在任何情况下双方必须在限期内结清帐务.

第三条

本合同任何一方自行或被迫宣告破产, 在结清帐务后, 本合同自动终止.

第四条

乙方不按规定足额交纳保证金, 或不接受甲方按本合同规定的监督或阻止甲方进行检查, 本合同自动失效.

第五条

甲, 乙双方擅自变更本合同规定的双方权利及义务, 本合同将自动失效, 双方有权追究对方的违约责任.

第六条

本合同任何一方在未征得另一方书面同意前,不得将合同内的任何权利,义务和业务转让给第三方,否则,本合同将自动失效.

第七条

因不可抗力造成合同被迫终止,双方互不追究责任.

第八条

乙方如约履行本合同,则在合同届满时,有优先续约权.

第十一章

所有权

第一条: _____ 一切带有表
示^{^v^} _____^{^v^}或与^{^v^} _____^{^v^}有关的标记,均
属于甲方产权归属所有. 在未经甲方书面许可之前,乙方不得
注册与甲方有关的任何标记,亦不得使用甲方提供的标记进行
本合同以外的任何交易.

第二条: _____ 若乙方违反本章第一条规定,甲
方有权单方终止合同,乙方除应承担相应的违约责任外,还应
该赔偿因此给甲方造成的一切损失. 同时,甲方有权扣罚乙方
部分或全部的特许经营保证金,并依法追究乙方法律责任.

第十二章

争议的解决

第一条

本合同生效之日起,此前甲乙双方所签有关合同一律废止,以

上条款未尽事宜经双方协商可增订补充,经双方认可后生效.

第二条

本合同未尽事宜,参照《_____木门特许经营运作细则》,《_____木门特许经营运作细则》作为本合同附件与本合同书具有同等法律效力.

第三条

有关争议,双方应友好协商解决,协商不能达成一致,任何一方都可按法律程序诉请合同签订地人民法院裁决.

附则: _____一,本合同文本一式

份,甲,乙双方各执一份,另一份由

留存,本合同生效后,双方签署的相关文件可作为本合同附件,与本合同具有相同法律效力.

二,本合同自乙方执行第五章第二条规定后自动生效.附件: _____乙方身份证复印件一份(附后)

乙方《工商营业执照》复印件一份(附后).

甲方: _____集团有限公司

乙方: _____

公司印章: _____

公司印章: _____

签约代表: _____

签约代表： _____

日期： _____

日期： _____

本合同签定地： _____

五金阀门物资采购合同篇三

先导案例

(1) 配送需求管理流程。配送部门接受配送需求后，核查、汇总需求；接着查询物资特性，确定物资类别及响应级别，预设响应时效，并查询可替代物资信息，保证库存可用性，制订物资运输信息，用于配送计划和调度管理；然后检验预设时效以及据此制订的定额是否满足实际需求；在确认库存步骤中，按照“本地储备物资-同级 / 上级物流中心-在建工程物资-供应商库存-供应商紧急采购”顺序确认能够满足时效的可用库存；最后确认发货。

(2) 货物备货管理流程。下级仓库按照补货周期创建补货清单，经审批后，汇总上报至区域库。区域库收到下级仓库的补货申请汇总后，根据本地可用库存量以及下级仓库的可用库存量，确认补货明细。如果不需要紧急调拨而该区域无库存或库存不够时，则联系供应部门进入新一轮的采购流程；如果该区域尚有足够的库存满足下级仓库的需求，则经审批后，直接由区域库的下级仓库进行配送调拨；如果该物资需要紧急调拨而该区域无库存或库存不够时，则提交至调度中心，对所需物资进行跨区域调拨流程，或组织新一轮的采购流程。

(3) 配送计划管理流程。上级库收到下级仓库的需求计划后，首先确定是否需要应急配送。如果需要应急配送，上级仓库

可汇报至调度中心，调度中心或对所需物资进行跨区域调拨流程，或组织新一轮的采购流程；如果不需要应急配送，则由上级仓库编制配送计划，而后既可以由上级仓库配送至下级仓库，又可以通知下级仓库至上级仓库领用，也可以通过第三方物流由上级仓库配送至下级仓库。

供应链管理-设计、运作与改进

运输与配送是将企业生产的产品交付给顾客的过程，它是影响供应链运营成本和响应时间的关键因素。为此，本章将主要介绍运输概念、运输绩效影响因素以及运输方式与选择；配送概念、配送过程和配送中心；自营配送、第三方配送、共同配送和互用配送等配送组织模式，直接发送、直接巡回发送、经配送中心的直接发送和经配送中心巡回发送等配送过程模式；基于顾客分布、需求规模和产品价值的差异化配送模式；延迟配送、越库配送和集并配送等先进配送模式；配送路径优化与运输车辆配载优化等问题。

运输方式与选择

运输概念与运输绩效

运输是指用设备和工具将物品从供应链上一个节点向另一个节点运送的物流活动。无论企业的产品处于哪种形式，处于哪一阶段，运输都是必不可少的。运输的主要价值是将物品运送至某一确定的地点，实现物流的空间效用和时间效用。运输的主要功能就是在保证物品从生产者到消费者转移过程中的质量和数量，保护产品价值的前提下以最少的时间和最低的财务成本与资源成本使产品在价值链中实现移动。

1. 运输过程的关键因素

五金阀门物资采购合同篇四

购货方(甲方): 项目地址:

供货方(乙方): 地址:

按照《民法典》的原则,结合有关规定以及本项目具体情况,为了增加供需双方的责任感,加强经济核算,提高经济效益,确保双方实现各种的经济项目,经供需双方充分协商,特订立本合同,以便共同遵守。

一、产品名称、规格、单位、数量、金额:

二、送货日期

自签订合同起,以定金到账为准,20天到货。

三、付款方式

甲方应于合同签订后支付订单的30%作为预付款,汇到乙方指定账户,款到后合同生效,乙方开始安排生产事宜;货到现场再付总货款的30%,剩余35%货款于20xx年3月31日前付清,质保金5%质保期一年。

四、合同相关事宜:

1. 此门为免漆吸塑复合门;

2. 乙方免费送货上门;如需乙方安装;安装费另付(50元/平方)。

3. 甲方选定的色板颜色与实物颜色有轻微色差属于正常范围。

4. 因木门属定制产品,合同签订后甲方需交纳木门定金。合

同确认的门型、颜色不得更改。

5. 乙方将产品运至施工现场后，甲方需及时验收确认，验收标准按照行业规范标准。

6. 乙方产品质量保证为以下几点：木门不变形、不开裂、不起泡。如有其它质量问题，乙方概不负责。

7. 以上木门价格包含运输。

8. 货款到账后下单定制。

9. 本合同一式两份，甲方一份、乙方一份。经甲乙双方签字确认后，立即生效。

甲方：（盖章）

法人签字：

日期：

乙方：（盖章）

法人签字：

日期：

五金阀门物资采购合同篇五

市政道路修复工作直接委托

工作时间

开始时间：根据现场实际需求结束时间：

周期：25 天

责任部门

项目公司工程部

配合部门

设计部、成本部。

对接部门

成本控制部项目组。

工作要点

前置条件：

确定直接委托类别：符合制度或不符合；

市政道路修复费用承担方：总包、分包或项目公司；

直接委托供方：当地市政管理部门；

直接委托方式：政府代建或直接缴纳修复费用（该方式较简单，不做讲述）；

直接委托内容：损坏道路的设计、修复施工、施工监理、竣工验收等；。

制度流程：

审批流程：见附件《直委审批流程》

操作要点：

1) 直接委托计划:

重点四个时间点: 费用审核、对接政府、直委谈判、直委审批时间;

2) 直接委托单位选择

造价咨询单位须由项目公司确定;

3) 直接委托编制

a) 工程范围及施工界面

常规招标范围:

- (1) 图纸设计;
- (2) 修复施工: 道路抢修、交通设施、道路划线;
- (3) 工程监理;
- (4) 招标代理;

b) 直接委托合同计价方式

- (1) 单价合同 (市政管理部门按委托招标金额收取管理费);
- (2) 总价包干;
- (3) 直接缴费。

c) 关注点:

- (1) 施工过程中的签证、设计变更;

(2) 未明确的工程价格按当地市政工程预算定额、装饰定额和安装定额执行。

4) 价格谈判

双方进行价格谈判，最终确定合同价格。

5) 直委报集团审批。

根据谈判结果，根据审批流程报集团成本控制审批。

6) 合同上报

i) 合同上报时间：原则上应在直委审批通过后1个工作日完成。

j) 严禁定标后再次议价。

k) 见附件《合同审核要点》：

完成标准

合同签订完成，应在中标之后 30 个工作日内完成。

工作成果用途

跟踪落实要点

主要施工工艺、施工标准执行情况，主要价格情况。

11 关注重点

直委审批后方可签订合同进场施工；

修复费用是否超签约控制金额；

由市政管理部门组织招标的，项目公司需作为评委参与评标。

11 工作教训心得